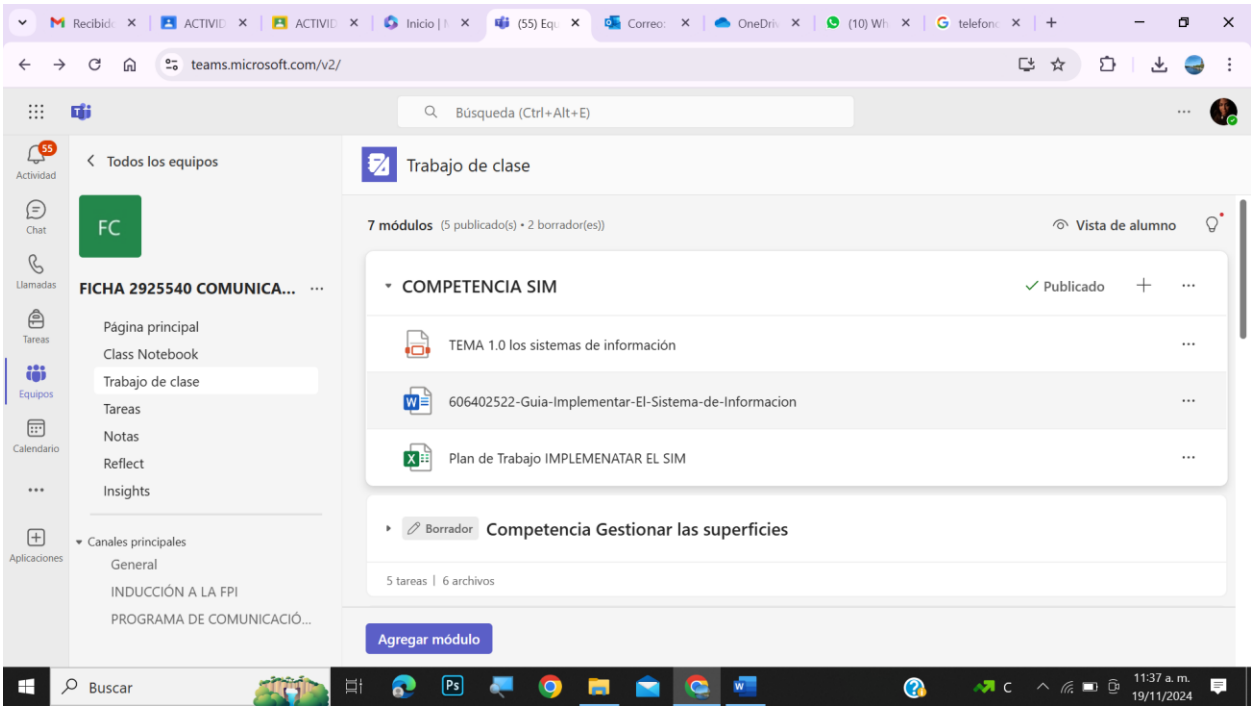
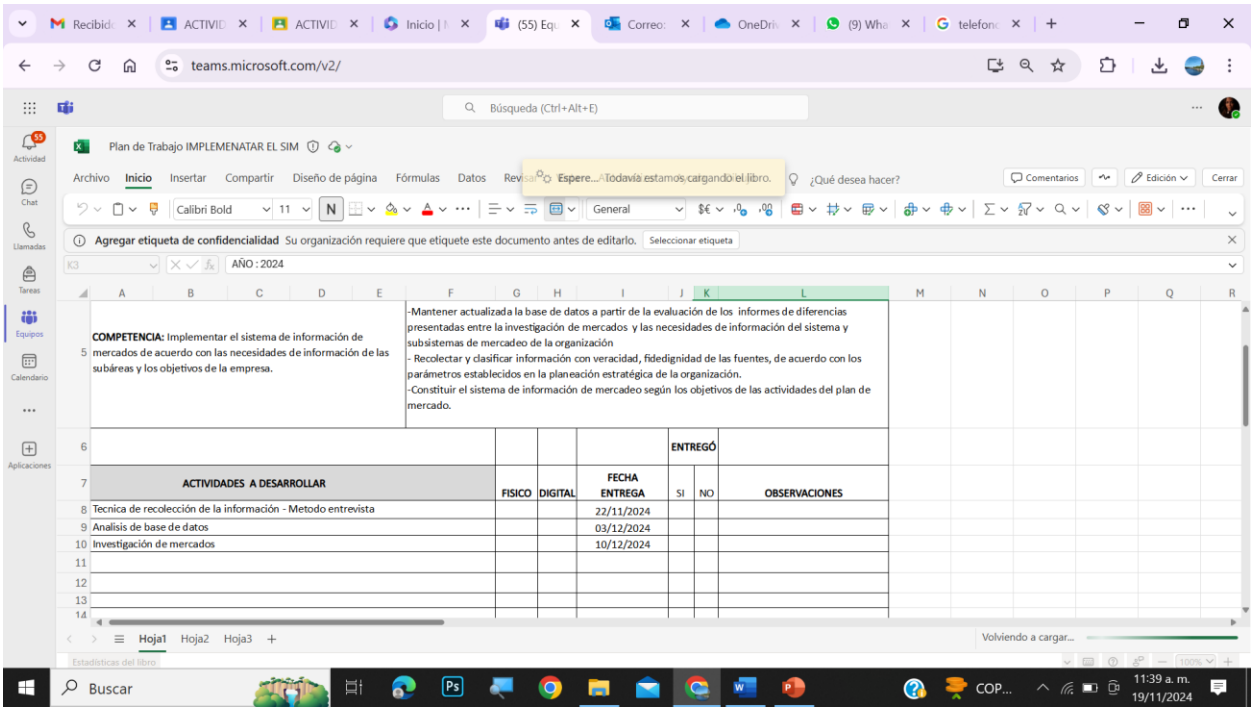
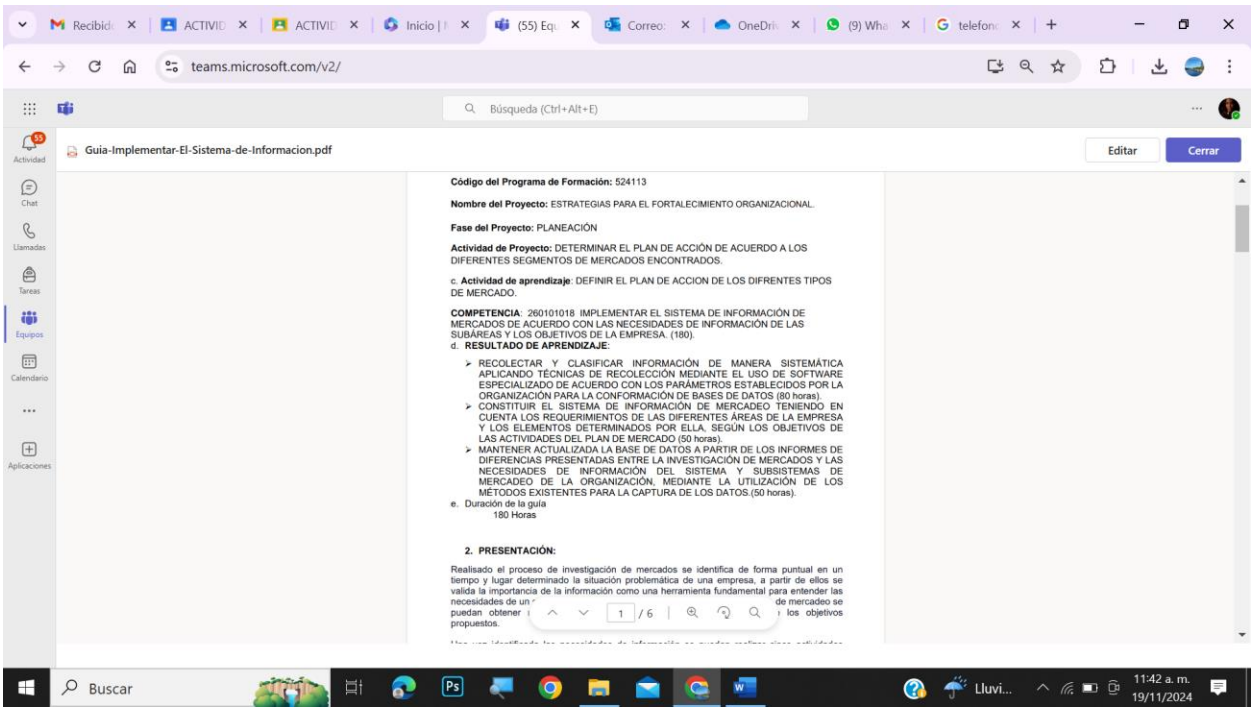
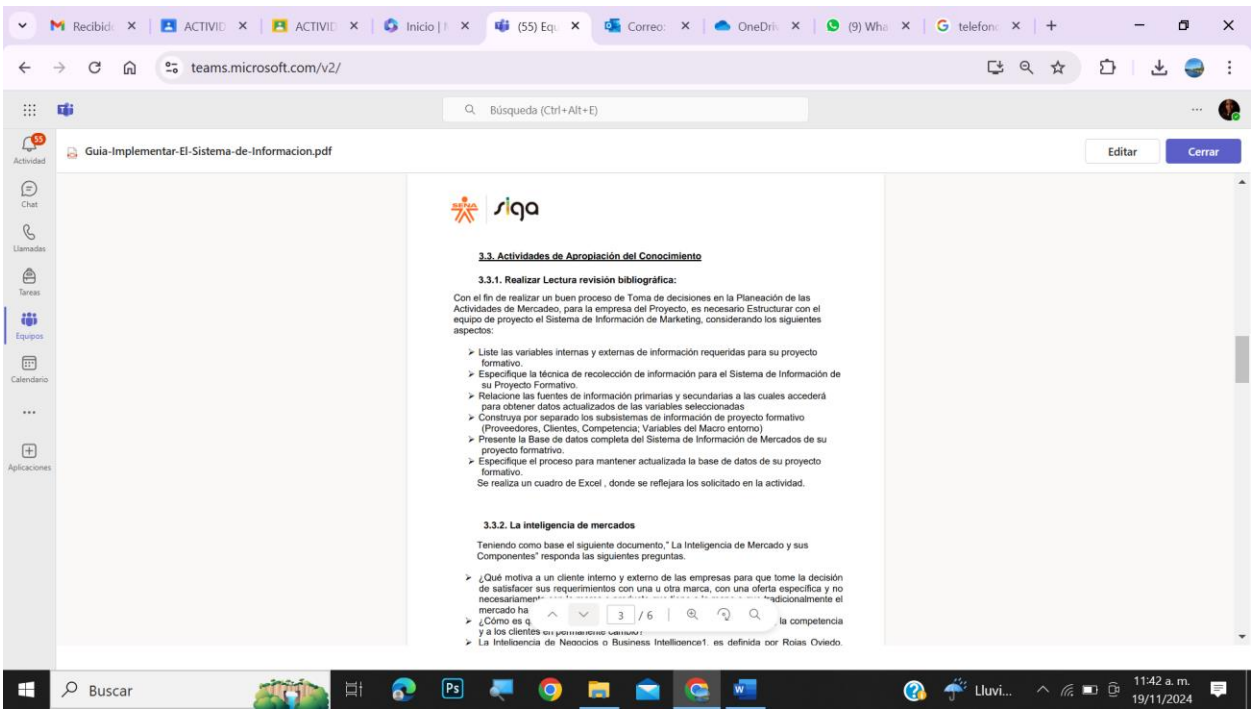
OB 2 EJECUCIÓN DE LA FORMACIÓN FICHA 2925540

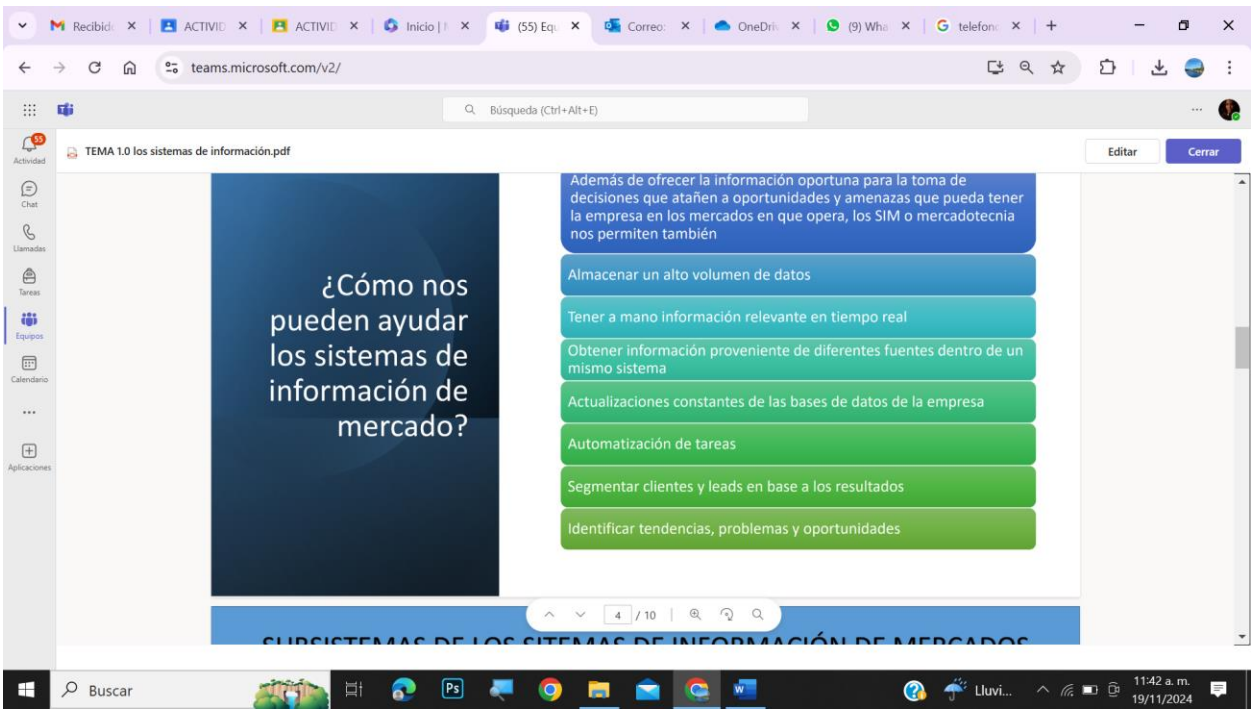



teams.microsoft.com/v2/
Búsqueda (Ctrl+Alt+E)
Guia-Implementar-El-Sistema-de-Informacion.pdf
Editar
Cerrar
Código del Programa de Formación: 524113
Nombre del Proyecto: ESTRATEGIAS PARA EL FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL.
Fase del Proyecto: PLANEACIÓN
Actividad de Proyecto: DETERMINAR EL PLAN DE ACCIÓN DE ACUERDO A LOS DIFERENTES SEGMENTOS DE MERCADOS ENCONTRADOS.
c. Actividad de aprendizaje: DEFINIR EL PLAN DE ACCION DE LOS DIFRENTES TIPOS DE MERCADO.
COMPETENCIA: 260101018 IMPLEMENTAR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE LAS SUBÁREAS Y LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA. (180).
d. RESULTADO DE APRENDIZAJE:
RECOLECTAR Y CLASIFICAR INFORMACIÓN DE MANERA SISTEMÁTICA APLICANDO TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN MEDIANTE EL USO DE SOFTWARE ESPECIALIZADO DE ACUERDO CON LOS PARÁMETROS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN PARA LA CONFORMACIÓN DE BASES DE DATOS (80 horas).
CONSTITUIR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LOS REQUERIMIENTOS DE LAS DIFERENTES ÁREAS DE LA EMPRESA Y LOS ELEMENTOS DETERMINADOS POR ELLA, SEGÚN LOS OBJETIVOS DE LAS ACTIVIDADES DEL PLAN DE MERCADO (50 horas).
MANTENER ACTUALIZADA LA BASE DE DATOS A PARTIR DE LOS INFORMES DE DIFERENCIAS PRESENTADAS ENTRE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DEL SISTEMA Y SUBSISTEMAS DE MERCADEO DE LA ORGANIZACIÓN, MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE LOS MÉTODOS EXISTENTES PARA LA CAPTURA DE LOS DATOS.(50 horas).
e. Duración de la guía
180 Horas
2. PRESENTACIÓN:
Realisado el proceso de investigación de mercados se identifica de forma puntual en un tiempo y lugar determinado la situación problemática de una empresa, a partir de ellos se valida la importancia de la información como una herramienta fundamental para entender las necesidades de un
de mercadeo se puedan obtener
los objetivos propuestos.
1 / 6
Buscar
Lluvi...
11:42 a. m.
19/11/2024


teams.microsoft.com/v2/
Búsqueda (Ctrl+Alt+E)
Guia-Implementar-El-Sistema-de-Informacion.pdf
Editar
Cerrar
siga
3.3. Actividades de Apropiación del Conocimiento
3.3.1. Realizar Lectura revisión bibliográfica:
Con el fin de realizar un buen proceso de Toma de decisiones en la Planeación de las Actividades de Mercadeo, para la empresa del Proyecto, es necesario Estructurar con el equipo de proyecto el Sistema de Información de Marketing, considerando los siguientes aspectos:
Liste las variables internas y externas de información requeridas para su proyecto formativo.
Especifique la técnica de recolección de información para el Sistema de Información de su Proyecto Formativo.
Relacione las fuentes de información primarias y secundarias a las cuales accederá para obtener datos actualizados de las variables seleccionadas
Construya por separado los subsistemas de información de proyecto formativo (Proveedores, Clientes, Competencia; Variables del Macro entorno)
Presente la Base de datos completa del Sistema de Información de Mercados de su proyecto formatrivo.
Especifique el proceso para mantener actualizada la base de datos de su proyecto formativo.
Se realiza un cuadro de Excel , donde se reflejara los solicitado en la actividad.
3.3.2. La inteligencia de mercados
Teniendo como base el siguiente documento," La Inteligencia de Mercado y sus Componentes" responda las siguientes preguntas.
¿Qué motiva a un cliente interno y externo de las empresas para que tome la decisión de satisfacer sus requerimientos con una u otra marca, con una oferta específica y no necesariamen
adicionalmente el mercado ha
¿Cómo es q
la competencia y a los clientes
La Inteligencia de Negocios o Business Intelligence1, es definida por Rojas Oviedo,
3 / 6
Buscar
Lluvi...
11:42 a. m.
19/11/2024


teams.microsoft.com/v2/
Búsqueda (Ctrl+Alt+E)
TEMA 1.0 los sistemas de información.pdf
Editar
Cerrar
Sistema de información de marketing
PERSONAS
MÁQUINAS
MÉTODOS
Son necesarias para que exista la información. Sin ellas las empresas no podrían obtener datos de ningún tipo.
Aportan la tecnología para reunir y procesar eficientemente esos datos.
Búsqueda de la mejor estrategia para recolectar los datos y decidir qué hacer con ellos y cómo usarlos.
2 / 10
Buscar
11:42 a. m.
19/11/2024


teams.microsoft.com/v2/
Búsqueda (Ctrl+Alt+E)
TEMA 1.0 los sistemas de información.pdf
Editar
Cerrar
¿Cómo nos pueden ayudar los sistemas de información de mercado?
Además de ofrecer la información oportuna para la toma de decisiones que atañen a oportunidades y amenazas que pueda tener la empresa en los mercados en que opera, los SIM o mercadotecnia nos permiten también
Almacenar un alto volumen de datos
Tener a mano información relevante en tiempo real
Obtener información proveniente de diferentes fuentes dentro de un mismo sistema
Actualizaciones constantes de las bases de datos de la empresa
Automatización de tareas
Segmentar clientes y leads en base a los resultados
Identificar tendencias, problemas y oportunidades
4 / 10
Buscar
11:42 a. m.
19/11/2024